**EL MUNDO NO CABE EN UNA CANCIÒN**

El mito de la caverna, el "pseudoambiente" y la "ficción" en Lippmann

*Trabajo de la Unidad 1 del curso “Política, medios y públicos. Aportes teórico-metodológicos para la investigación”*

**Nicolàs Batalla**

Maestría-PRODIC   
Facultad de Información y Comunicación  
nicolasbatalla@gmail.com

A pesar de su antigüedad, la alegoría de la caverna que emplea Platón en La República sigue siendo reveladora para comprender aspectos centrales de la relación del hombre con el conocimiento. En el caso de la obra de Lippmann, éste elige echar mano a este símbolo para ilustrar los límites y circunstancias en las que se forma la opinión pública.

La prédica del filósofo estadounidense es que, al igual que los extraños prisioneros de la caverna, los ciudadanos se relacionan con el mundo a través de un pseudoambiente, porque el verdadero ambiente, el mundo real, “es demasiado vasto, demasiado complejo y demasiado fugaz para el conocimiento directo”.

Para adaptarse a ese desafío (el de transitar por el mundo real desde las sombras y sin poder conocerlo a cabalidad), los hombres recurren a ficciones que crean ellos mismos o le son dadas. Estas son representaciones que funcionan como una interfaz entre ellos y la realidad, y los habilita a desenvolverse en la vida social con mayor o menor nivel de conflicto.

Esas ficciones que componen el pseudoambiente tienen una incidencia directa en  el comportamiento y acciones que cada persona lleva adelante y, por ende, son indispensables y críticas en la vida de una comunidad. Sin embargo, por más complejas y vastas que se vuelvan esas ficciones, jamás podrán dejar de ser imitaciones incompletas y, sobre todo, ontológica y esencialmente distintas al mundo real.

En lo que refiere al estudio de la opinión pública, la metáfora de la caverna y la mirada de Lippmann son útiles para comprender no solo las limitaciones del hombre a la hora de relacionarse con el mundo, sino también el rol de los medios como un actor de relevancia a la hora de ir construyendo ese pseudoambiente. Así como los hombres no pueden incorporar más que representaciones (imágenes mentales y no el mundo real en sí mismo), los medios solo pueden ofrecer a sus audiencias recortes de la realidad (es decir, también ficciones). Dicha observación está más allá de toda consideración ética de lo que hacen los medios con su público, es estructuralmente inherente a su condición.

Estos incluyen y excluyen asuntos de sus respectivas agendas pero, hagan lo que hagan, obren como obren, jamás van a poder contar el mundo. Sus reportes pueden ser más o menos completos, bien o malintencionados, políticamente independientes o parciales, pero nunca contendrán ni una mínima parte de la realidad a la que están aludiendo. Narrarán ficciones que -y allí está quizás una de las reflexiones más lúcidas del texto de Lippmann- terminarán influyendo en el mundo real, en la medida en que se incorporen a los pseudoambientes a través de los cuales los hombres interpretan su entorno y actúan.

**Referencia bibliográfica**

Lippmann, W. (1964 [1922]). La opinión pública. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora.